

## DAFTAR PUSTAKA

- Anak Agung Putu Agung (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Denpasar : UB press
- Arief, H dan Rahmad,M, (2019) “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Retail terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Mart di Kota Medan*” Universitas Muslim Nusantara Al-washliyah, Sumatera Utara
- Arikunto,S.(2014).*Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek Edisi Revisi V*  
Penerbit Rineka Cipta
- Handoko, T Hani. (2003). *Manajemen edisi 2*. Cetakan kedelapan belas Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Heriawan, B, (2008), “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*” Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Aryani,D, Rosinta,F, (2010) “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*”, jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi vol. 17
- Iriandini,A.P.,Yulianto,E., Kholid Mawardi. M, (2015), “*Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan*”, jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 23
- Kalalo, E.R.(2013), “*Customer relationship management dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen*” Universitas Sam Ratulangi Manado

Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Edisi 13, Jakarta: PT. Erlangga

Megasari, K, (2015) "*Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada swalayan surya Kwadungan Kediri*", Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Handoko, T. Hani. (2003). *Manajemen edisi 2*. Cetakan kedelapan belas Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.

Efendi, P, (2016) "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*", Skripsi Universitas Telkom.

Wantoro, A dan Fadly, M, (2020) "*Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) dengan Kombinasi Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan*" Universitas Teknokrat Indonesia.

Lubis, S dan Andayani, R, (2017) "*Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam*" Politeknik Negeri Batam

Rosmayani, (2016) "*Customer Relationship Management*" Universitas Islam Riau

*Lampiran 1*

**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (SURVEY PADA KONSUMEN DI SWALAYAN ISMART PONOROGO)**

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu/ Saudara / i Responden Penelitian

Di tempat

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Perkenalkan saya Winda Nuraini mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Program Studi Manajemen yang sedang mengadakan penelitian tentang “**Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Survey Pada Konsumen Di Swalayan Ismart Ponorogo)**”, untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu saya dengan mengisi kuisisioner penelitian dengan memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Winda Nuraini



## PERTANYAAN

A. Berikan tanda (✓) pada salah satu jawaban yang anda pilih !

Keterangan

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Nertal (N)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

<i>Variabel manajemen hubungan pelanggan (CRM) (X1)</i>						
NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya (yakin) dengan pelayanan Swalayan Ismart Ponorogo					
2.	Karyawan di Swalayan Ismart sangat baik dan ramah					
3.	Karyawan di Swalayan Ismart Ponorogo bekerja sesuai dengan tugasnya					
4.	Setiap bulan Swalayan Ismart mengadakan diskon pada produk tertentu, sehingga saya selalu belanja disana					
5.	Saya mengajak keluarga beserta teman-teman saya untuk menggunakan Swalayan Ismart Ponorogo sebagai tempat berbelanja, karena disana banyak diskon setiap bulannya					



<i>Variabel Kualitas Pelayanan (X2)</i>						
NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya senang belanja di Swalayan ismart karena karyawan memiliki kemampuan dan juga sikapnya ramah dalam memberikan pelayanan					
2.	Karyawan Swalayan Ismart tanggap dan cekatan dalam melayani setiap pelanggan					
3.	Perhatian karyawan Swalayan Ismart dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari pelanggan					
4.	Swalayan Ismart memberikan jaminan ganti rugi pada produk yang telah dibeli oleh pelanggan dengan syarat dan ketentuan penggantian yang berlaku					
5..	Tempat belanja di Swalayan Ismart Ponorogo nyaman dan memadai.					
<i>Variabel kepuasan konsumen (Y1)</i>						
NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya puas dengan keseluruhan pengalaman yang saya rasakan ketika berbelanja di Swalayan Ismart ponorogo					
2.	Saya bersedia merekomendasikan Swalayan Ismart Ponorogo kepada orang lain agar belanja disana					
3.	Saya akan mengatakan hal positif ke orang lain tentang layanan yang telah diberikan Swalayan Ismart Ponorogo					

4.	Swalayan Ismart Ponorogo memenuhi apa yang saya harapkan dibanding Swalayan lain					
5.	Setelah merasakan belanja di Swalayan Ismart saya tidak ingin berbelanja ditempat lain					
<i>Variabel loyalitas konsumen (Y2)</i>						
NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya adalah pelanggan setia Swalayan Ismart Ponorogo.					
2.	Saya akan kembali berbelanja di Swalayan Ismart Ponorogo karena harga disana lebih miring dibanding swalayan yang lain					
3.	Saya mengajak keluarga beserta teman-teman menggunakan Swalayan Ismart Ponorogo sebagai tempat berbelanja.					
4.	Ketika pelayanan tidak sesuai dengan harapan Saya, maka Saya akan tetap bertahan pada Swalayan Ismart Ponorogo					
5.	Saya menolak tawaran dari swalayan lain, karena saya lebih percaya Swalayan Ismart Ponorogo					

*Lampiran 2*

## UJI VALIDITAS

X<sub>1</sub> MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X <sub>1.1</sub>	Pearson Correlation	1	,672**	,668**	,534**	,477**	,818**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>1.2</sub>	Pearson Correlation	,672**	1	,631**	,472**	,509**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>1.3</sub>	Pearson Correlation	,668**	,631**	1	,571**	,522**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>1.4</sub>	Pearson Correlation	,534**	,472**	,571**	1	,711**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>1.5</sub>	Pearson Correlation	,477**	,509**	,522**	,711**	1	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,818**	,800**	,833**	,815**	,799**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



X<sub>2</sub> KUALITAS PELAYANAN

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X <sub>2.1</sub>	Pearson Correlation	1	,533**	,661**	,704**	,642**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>2.2</sub>	Pearson Correlation	,533**	1	,619**	,633**	,535**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>2.3</sub>	Pearson Correlation	,661**	,619**	1	,777**	,685**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>2.4</sub>	Pearson Correlation	,704**	,633**	,777**	1	,679**	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X <sub>2.5</sub>	Pearson Correlation	,642**	,535**	,685**	,679**	1	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,828**	,790**	,882**	,898**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Y<sub>1</sub> KEPUASAN KONSUMEN

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
Y <sub>1.1</sub>	Pearson Correlation	1	,528**	,657**	,698**	,561**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>1.2</sub>	Pearson Correlation	,528**	1	,625**	,517**	,589**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>1.3</sub>	Pearson Correlation	,657**	,625**	1	,634**	,664**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>1.4</sub>	Pearson Correlation	,698**	,517**	,634**	1	,632**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>1.5</sub>	Pearson Correlation	,561**	,589**	,664**	,632**	1	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,816**	,796**	,867**	,830**	,838**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Y<sub>2</sub> LOYALITAS KONSUMEN

		Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	TOTAL
Y <sub>2.1</sub>	Pearson Correlation	1	,077	,162	,144	-,037	,475**
	Sig. (2-tailed)		,456	,112	,159	,716	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>2.2</sub>	Pearson Correlation	,077	1	,806**	,322**	,256*	,793**
	Sig. (2-tailed)	,456		,000	,001	,011	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>2.3</sub>	Pearson Correlation	,162	,806**	1	,317**	,338**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,112	,000		,002	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>2.4</sub>	Pearson Correlation	,144	,322**	,317**	1	,146	,550**
	Sig. (2-tailed)	,159	,001	,002		,152	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y <sub>2.5</sub>	Pearson Correlation	-,037	,256*	,338**	,146	1	,496**
	Sig. (2-tailed)	,716	,011	,001	,152		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,475**	,793**	,841**	,550**	,496**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*Lampiran 3*

## OUTPUT REABILITAS

X<sub>1</sub> MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	5

X<sub>2</sub> KUALITAS PELAYANAN**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	5

Y<sub>1</sub> KEPUASAN KONSUMEN**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	5

Y<sub>2</sub> LOYALITAS KONSUMEN**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,622	5

Lampiran 4

OUTPUT HASIL UJI REGRESI

MODEL 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,977	1,385		1,428	,157
Manajemen_Hubungan_Pelanggan	,184	,124	,169	2,492	,019
Kualitas_Pelayanan	,639	,116	,620	5,492	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

MODEL 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,696	1,318		8,875	,000
Manajemen_Hubungan_Pelanggan	,153	,118	,203	2,297	,018
Kualitas_Pelayanan	,184	,125	,147	2,832	,008
Kepuasan_Konsumen	,299	,096	,436	3,130	,002

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Konsumen



*Lampiran 5*

OUTPUT HASIL UJI F

MODEL 1

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	840,454	2	420,227	67,921	,000 <sup>b</sup>
	Residual	600,136	97	6,187		
	Total	1440,590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan, Manajemen\_Hubungan\_Pelanggan

MODEL 2

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,597	3	51,199	9,333	,000 <sup>b</sup>
	Residual	526,643	96	5,486		
	Total	680,240	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepuasan\_Konsumen, Manajemen\_Hubungan\_Pelanggan, Kualitas\_Pelayanan

## Lampiran 6

## OUTPUT HASIL UJI T

## MODEL 1

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,977	1,385		1,428	,157
Manajemen_Hubungan_Pelanggan	,184	,124	,169	2,492	,019
Kualitas_Pelayanan	,639	,116	,620	5,492	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

## MODEL 2

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,696	1,318		8,875	,000
Manajemen_Hubungan_Pelanggan	,153	,118	,203	2,297	,018
Kualitas_Pelayanan	,184	,125	,147	2,832	,008
Kepuasan_Konsumen	,299	,096	,436	3,130	,002

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Konsumen

*Lampiran 7*

OUTPUT HASIL UJI DETERMINASI

MODEL 1

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 <sup>a</sup>	,583	,575	2,487

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan,  
Manajemen\_Hubungan\_Pelanggan

MODEL 2

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 <sup>a</sup>	,626	,602	2,342

a. Predictors: (Constant), Kepuasan\_Konsumen,  
Manajemen\_Hubungan\_Pelanggan, Kualitas\_Pelayanan

*Lampiran 8*

OUTPUT HASIL KARAKTERISTIK RESPONDEN

**Frequency Table**

**Jenis kelamin**

<b>NO</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>	<b>Persen yang Berlaku</b>	<b>Persen Kumulatif</b>
<b>1</b>	Pria	38	38%	38,00	38,00
<b>2</b>	Wanita	62	62%	62,00	100
	Jumlah Responden	100	100%	100,00	

**Usia**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>	<b>Persen Yang Berlaku</b>	<b>Persen Kumulatif</b>
< 20	5	5%	5,00	5,00
20-25	72	72%	72,00	77,00
26-31	19	19%	19,00	96,00
32-40	3	3%	3,00	99,00
>40	1	1%	1,00	100
Jumlah	100	100%	100	